

用户体验设计与用户研究课程大纲

【学习方式】：面授

【课程分类】：业务类—培训

【培训对象】：开发人员、测试人员、产品经理、产品设计人员、项目经理、中高层、中基层

【核心讲师】：徐增利

【关键词】：产品经理 用户体验 用户研究 用户参与 CE UED UCD 交互设计 UI 视觉设计 产品文化 克制思维

【学习目标】：

- 1、 以用户为中心的产品思维；
- 2、 产品设计与用户体验要素；
- 3、 用户体验与交互设计的若干原则；
- 4、 产品可用性测试；
- 5、 产品与公司战略规划；
- 6、 用户参与的方法与过程；
- 7、 用户体验在整个产品生命周期的应用；
- 8、 产品设计与研发的各种文档模版与工具的使用；
- 9、 本课程适合所有行业，用户体验如何在产品整个生命周期的落地，介绍科学方法论，直接带着公司不限于开发、测试、产品、项目、UI、UE 人员对公司当前的产品进行实操性的提升优化，而不是常规模拟演练，但优化仅作为参考，不作为最终决策。**

【课程学时】：两天，了解客户的需求后，每次定制课程

【课程大纲】：

- 1、 以用户为中心的产品思维
为什么说公司需要人人都是产品经理

用户体验不只是 UI、UE、产品经理的责任

产品思维包括哪些内容，哪些与用户体验相关

2、产品设计与用户体验要素包括哪些方面

定位（用户、产品、商业模式）

用户体验包括的内容

用户体验如何与产品需求、设计、开发、测试、上线运营阶段的结合

各个阶段使用的工具，如思维导图、AXURE、VISIO 等工具

开发人员与产品、设计人员争执，到底是逻辑问题还是设计问题，我们怎么做到不蒙

用户体验要素

”战略层（需求 + 定位）

”范围层（功能）

”结构层（交互设计 + 导航设计）

”框架层（原型搭建页面布局 + 框架）

”视觉层（品牌 + 色彩结构 + 视觉元素）

各个要素的案例分享-若干用户体验好与不好的产品案例---某些银行 APP 等互联网产品的用户体验优化

“我们必须会变成小孩子，才配做小孩子的先生。”——陶行知

贵公司所在行业的产品案例分享

实战练习----结合用户体验要素找出公司产品需要优化的地方，让学员深刻理解用户体验要素

针对上面学习的内容，对贵公司的产品进行剖析，进行头脑风暴，让学员理解以用户为中心的用户体验，理解用户体验要素，实现学以致用目标，优化仅仅作为课堂上的练习，不作为产品优化决策。

1、 用户体验设计与用户研究

用户体验设计与用户研究的发展趋势

一些公司现状的思考

腾讯 CDC 成立的背景及发展过程

腾讯公司的用户参与 CE 过程是怎样做的

腾讯公司某些产品的 CE(用户参与)案例

我们公司的用户参与打算如何做

2、 产品的满意度与可用性测试

产品的满意度模型，指导产品的用户体验

产品的满意度包括哪些内容

为什么说所有人包括技术人员要掌握可用性测试

腾讯公司的产品可用性测试是如何做的

我们公司的产品可用性测试

实战练习：公司产品的可用性测试练习，达到提高产品的客户满意度

3、 产品管理与公司战略规划

战略规划与产品规划、产品生命周期

产品经理的工作内容

互联网的产品经理与传统企业的产品经理的区别，

产品型与项目型对产品经理要求的区别

产品规划案例：人性的考虑

如何识别伪需求

产品需求，用户调研与需求收集

用户调研与需求收集案例

思维导图 mindmanager 工具在产品需求方面的使用

竞品分析

技术人员、产品人员与设计人员成长需要掌握的工具与模版

某互联网公司案例及模版

产品的流程设计、交互设计保障产品的可用性

产品流程的撰写，保障产品逻辑的合理性与可用性

实战练习：结合前一天的练习成果，用流程工具 visio，对产品不好体验

案例的流程设计与优化，通过练习更好掌握用户体验提升的方法

4、 产品的用户体验文化与能力的培养

产品的用户体验与产品的生命周期

技术人员如何配合产品的运营来提升产品的用户体验

案例：腾讯公司产品文化基因是如何培育的

用户体验与公司文化的结合

以用户为中心的组织架构设置

案例：一线互联网公司的用户体验中心的组织架构

相关人的能力模型与能力培养

5、 结束总结

提供部分用户体验的各种文档模版与工具，并指导使用

用思维导图总结两天的课程

行动计划

课程总结